

As políticas públicas de comunicação na Europa: uma análise a partir da perspectiva dos macroespaços regionais

Tradução: Profa. Dra. Neusa Demartini Gomes

Marcial Murciano

Sociedade Catalã de Comunicação

Introdução

O ESTUDO DOS SISTEMAS de comunicação, a partir da perspectiva de sua ação internacional, vem sendo significativamente modificado, já que está afeto aos acontecimentos ocorridos durante a última década e, portanto, é necessária uma nova abordagem dos temas tradicionais da informação, da comunicação ou das novas tecnologias nos sistemas portadores de mensagens.

Um dos aspectos centrais que caracterizam este deslocamento de perspectiva reside na intensificação da atual fase de mundialização regionalizada em que nos encontramos, como consequência da dinâmica econômica de mundialização em curso, dinâmica esta que o pensamento anglo-saxão vem denominando atualmente de globalização, atendendo sobretudo aos aspectos tecnológicos que estão transformando nossa perspectiva de espaço e de tempo.

Como se sabe, o pensamento crítico latino-americano já havia introduzido nos anos oitenta o conceito de transnacionalização para estudar estes mesmos fenômenos.

Este texto não pretende se fixar na complexa problemática teórica que a mundialização introduziu.

O que interessa é sublinhar que o tema das

políticas de comunicação se insere no marco que define a regionalização do sistema mundial.

Nesse contexto serão analisadas as principais características das políticas públicas de comunicação no espaço europeu.

Mundialização regionalizada e macro-espaço europeu

Uma das características que se sobressaem da mencionada dinâmica de mundialização é a configuração de uma nova articulação dos espaços comunicativos.

Diante dos enfoques tradicionais de quase vinte anos, nos quais analisava-se a oposição das forças nacionais frente à emergência de uma crescente atividade exterior transnacional, a característica da atual fase é identificar no cenário planetário ao menos quatro espaços de atividade comunicativa, cada vez mais diferenciados. Estes espaços são, numa ordem de maior a menor dimensão: em primeiro lugar, o espaço global, que favorece a nova tecnologia e no qual se incrementa uma difusão cada vez mais ampla de mensagens sincrônicas; em segundo lugar, os espaços supranacionais, ou espaços regionais, característicos da atual fase de regionalização; em terceiro lugar, o espaço tradicional do Estado nação; e, por último, e cada vez com uma maior identidade própria, os espaços locais, diferenciados por suas características de comunidade específica (língua, história, religião, costumes, território, etc.).

É importante introduzir o tema das políticas de comunicação na União Européia no contexto desta nova dinâmica de espaços comunicativos.

O espaço regional em construção mais desenvolvido é, desde 1992, a União Européia. A integração, não só econômica, mas também política e cultural, vem configurando todo

um amplo mercado que na atualidade supera os 350 milhões de pessoas e no qual se produz aproximadamente uma quarta parte do PIB mundial e um pouco mais do que a terça parte do comércio mundial.

Esta integração vem originando uma importante dinâmica de mudanças de todo o tipo: políticas, jurídicas, comerciais, além de ser também a motora de uma série de transformações que se observam na esfera comunicativo-cultural, por outra parte, muito afetada pela dinâmica de inovação tecnológica ocorrida na última década.

Em duas décadas a Europa se converteu num dos modernos espaços geoeconômicos que se desenvolveram por todo o planeta. Na atualidade, este processo de integração está composto por quinze estados membros – após a recente incorporação da Áustria, Suécia e Finlândia – e há uma lista de mais doze países da Europa Central e Oriental que solicitaram ingresso, dos quais a metade poderia aderir depois da unificação da moeda européia, prevista para o final do século. Estas integrações dariam uma dimensão demográfica à união acima dos 400 milhões de habitantes e um espaço geográfico ampliado, que iria do Atlântico até as fronteiras da atual Rússia.

A maneira como se avançou, no caso da União Européia, não constitui um exemplo isolado na construção dos macroespaços regionais, mas sim o modelo mais acabado desta nova tendência. Dentro dela podemos considerar também a integração econômica que está se produzindo no Atlântico Norte, com a ratificação de Tratado de Livre Comércio, liderado pelos Estados Unidos que integram as economias deste país, Canadá e México.

No Pacífico estão iniciando as bases, já a muito tempo, para uma associação similar, prevista para o início do próximo século, apesar de parecer difícil ao Japão liderar um espaço em que se acham também envolvidas a China e a Índia, que por suas dimensões e

potência cultural, são verdadeiros macro-espços em si mesmas.

A outra grande experiência regional em marcha está constituída pelo sul do continente americano, onde se acelera a integração dos países meridionais sob a assinatura do Tratado do Mercosul, liderado pelo Brasil e Argentina, no qual participam também Uruguai e Paraguai.

Podemos acrescentar mais duas regiões a esta nova ordem mundial.

Por um lado a ex- União Soviética, a atual Rússia, parte de cujos problemas residem em sua transformação num espaço regional, com moeda, exército e economia unificados.

Por outro, o mundo árabe que iniciou há duas décadas diversos processos de unificação regional sem grandes êxitos até o momento, mas que conta com todos os fatores que podem fomentar sua união: mesmo idioma, mesma tradição histórica e cultural, necessidade econômica e vontade política.

Esta nova forma de agrupamento de economias e espaços nacionais, tanto se realiza como avança, no meio da dinâmica de integração da economia mundial e exige uma redefinição dos sistemas de comunicação e de seus espaços de atuação, que agora se encontram conectados por uma nova dinâmica de articulação que tem uma lógica de ação global, e qual lhe infere a atividade econômica mundializada; os principais atores econômicos que definem estes novos espaços são as modernas empresas transnacionais.

Os meios de comunicação, no meio de todos estes macroespços, constituem um dos elementos centrais; por exemplo, favorecem a criação e a difusão da moderna cultura audiovisual, redefinem as novas identidades coletivas, contribuem para a criação de uma cultura política comum, etc.

A esfera do comunicativo portanto, o elemento

de enlace entre os novos espaços regionais e a dinâmica global do sistema. A esfera comunicativa constitui o nexo simbólico que permite a articulação dos espaços mencionados: o local, o nacional, o regional e o mundial.

Os grandes organismos de atuação nas políticas públicas de comunicação européias

Ao contrário de uma idéia bastante difundida, no espaço europeu e no âmbito das políticas públicas de comunicação coexistem na atualidade diversos organismos supranacionais de atuação, cujos principais são:

— Em primeiro lugar, a União Européia, que inclui os 15 países que firmaram o tratado da União, em 1992, e que se encontram comprometidos no processo de integração européia. Fundamentalmente é a Comissão européia quem toma as iniciativas em matéria de políticas de comunicação, apesar que também o Parlamento da União e o Conselho também o fazem, e que são órgãos com competências e poder diferentes.

— Em segundo lugar o grande ator é constituído pelo Conselho da Europa, instituição fundada em fins dos anos cinquenta. É o organismo europeu mais representativo - ao qual pertencem mais de trinta países e integra a quase totalidade dos países da Europa Oriental -, mas com um menor peso e poder na definição das políticas européias.

— O terceiro ator é a União Européia da Radiodifusão (UER), fundada em 1950, na qual se encontram integrados a totalidade dos organismos públicos europeus de rádio e televisão.

— Por último, a Organização Européia de Satélites de Comunicação (EUTELSAT), fundada em 1977, que agrupa os Correios e Telecomunicações públicos europeus e atua

como um ramo regional da organização mundial INTELSAT. Em geral, na Europa, os organismos de Correios e Telecomunicações são as instituições encarregadas da transmissão e devem negociar com eles a distribuição de emissões.

São pois estes quatro atores os que intervêm significativamente e em grau diverso, na configuração de políticas de comunicação nos quatro âmbitos principais que vem a seguir:

- 1 A política organizadora de emissões de televisão.
- 2 A política de promoção de uma indústria audiovisual.
- 3 A política de telecomunicações (regulamentação, desenvolvimento de novas redes, esquemas das rotas da informação, etc.).
- 4 A política industrial de materiais para a comunicação (no setor eletrônico, informático, de equipamentos, etc.).

A atuação da União Europeia em políticas de comunicação

Até a assinatura do recente tratado da União, em 1992, as competências de atuação da Comunidade Europeia em matéria de comunicação estavam limitadas aos aspectos econômicos e industriais (bens e serviços). Neste sentido, a comunicação – e mais concretamente o cine e a televisão – somente puderam ser tratados como atividades econômicas. O tratado de 1992, depois de um intenso e controvertido debate, atribuiu à União competências culturais que até o momento, no espaço europeu, somente o Conselho da Europa desempenhava.

De todas as instituições da União, a Comissão (o executivo europeu) é a que vem tendo um papel mais ativo. As iniciativas desenvolvidas pela Comissão se encontram repartidas em três departamentos (direções) encarregados

da elaboração de informes e estudos específicos em matéria de comunicação:

- A Direção Geral III, encarregada do Mercado interno e os Assuntos Industriais.
- A Direção Geral X, dedicada à informação, à Comunicação e à Cultura.
- A Direção Geral XIII, dedicada às Telecomunicações, às Indústrias da Informação e à Inovação.

Desde princípios dos anos 80, fundamentalmente estes três departamentos se encarregaram de abordar os diferentes aspectos das políticas de comunicação europeias: a dimensão jurídica, a dimensão comunicativa e a cultural, e a dimensão tecnológica e industrial.

A primeira atuação significativa da União no campo da televisão se remonta a doze anos. Em 1984, a Comissão apresenta um primeiro informe: O Livro Verde para o estabelecimento de um mercado comum da televisão na Europa, conhecido posteriormente como “Direcionamento sobre a televisão sem fronteiras”. O objetivo do informe era estudar a situação do audiovisual entre os países membros e a necessidade de:

- 1) desenvolver uma política coerente para a harmonização do setor nos diferentes países - sobretudo no que se refere à publicidade, à proteção da juventude, ao direito de resposta e aos direitos de autor;
- 2) propor uma política comunitária comum capaz de superar as dificuldades nacionais existentes em cada país e responder conjuntamente às grandes metas econômicas e culturais envolvidas no setor audiovisual.

Dois anos mais tarde, em 1986, os conteúdos do informe se transformaram numa proposta de direcionamento comunitário (lei para os estados membros) na qual se definiram os aspectos centrais da União no campo da

política audiovisual.

O direcionamento propunha, em primeiro lugar, o planejamento de uma política tecnológica-industrial para os equipamentos audiovisuais e sugeria a adoção de normas técnicas comuns, em especial na promoção de uma norma para o desenvolvimento da televisão de alta definição e sua padronização em nível mundial.

Em segundo lugar, estabelecia um programa de política econômica industrial com o propósito de gerar o espaço audiovisual europeu, por meio da liberdade para a livre retransmissão de qualquer emissão de televisão e sua livre recepção sem nenhum tipo de entraves. Até esse momento o mercado europeu do audiovisual se encontrava muito fragmentado pelas normativas nacionais e as obras européias circulavam com bastante dificuldade entre os diferentes países (a produção européia difundida na região era de, no máximo, 8%).

Por último, o direcionamento sentava as bases para o desenvolvimento de uma indústria de programas audiovisuais europeus – transformadas depois no Programa MEDIA (Medida para impulsionar e desenvolver uma indústria audiovisual européia) – capaz de responder ao objetivo político e cultural de promover a distribuição de obras audiovisuais européias entre a comunidade, frente às posições dominantes que ocupam os Estados Unidos e o Japão, tanto no mercado europeu quanto no mundial.

Nesta primeira fase da política européia se centram dois grandes objetivos:

1 Por um lado, na consideração dos aspectos vinculados com a dimensão tecnológica, industrial e econômica da comunicação, objetivados no setor audiovisual, campo que aglutina tanto os meios tradicionais quanto o cinema, a televisão e o vídeo, assim como as infra-estruturas introduzidas pela nova tecnologia (satélites, cabos e novas

redes portadoras).

O interesse europeu se focaliza principalmente em fomentar e desenvolver este grande setor econômico e industrial, por outra parte tão estratégico e sensível na nova economia mundializada dos anos oitenta. Dados de 1993, estabelecidos pelo Conselho da Europa, avaliavam em 10 bilhões de pesetas a atividade econômica do audiovisual europeu.

Sem dúvida, o audiovisual se converteu em poucos anos num dos setores de maior projeção e importância para qualquer economia avançada. A televisão, como meio de multirrecepção, constitui o elemento básico para toda uma série de redes de comunicação – as hertzianas, as de cabo e as de satélite, aglutinando uma atividade econômica que supera, por completo, os marcos geográficos tradicionais.

Os objetivos europeus foram sendo centrados na construção de uma indústria européia competitiva frente à concorrência dos norte-americanos e japoneses. Das 130.000 horas de programas veiculados na Europa a mediados dos anos 80, somente 25.000 eram produções européias. A metade dos programas importados era norte-americana e 60% do cinema distribuído na Europa era também americano.

Quanto ao que se refere à política industrial e a uma tecnologia para o desenvolvimento da televisão de alta definição (TVAD), a comissão aprovou, em 1986, direcionamentos que comprometiam todos os estados membros na aceitação de um padrão de alta definição denominado MAC Paquets, que foi capaz de bloquear a adoção mundial por parte do Comitê Consultivo Internacional para as radio-comunicações (CCIR) da norma japonesa MUSE, muito mais avançada no seu processo de desenvolvimento tecnológico. A adoção da norma japonesa havia significado, em termos de política industrial, um fracasso para os interesses europeus, já que toda a cadeia de produção audiovisual depende do tipo e norma adotados.

2 Em segundo lugar, na consideração dos aspectos associados à dimensão política e cultural da comunicação. Para a Comunidade Européia, o interesse em atuar em matéria de comunicação deve estender-se como uma vontade política explícita por superar o antigo marco de problemas existentes no conjunto das nações europeias, muito fragmentado por diferentes interesses tradicionais, políticos, culturais e lingüísticos. Por exemplo, o direcionamento sobre a televisão sem fronteiras é o primeiro instrumento político que permite suprimir o regime de monopólio que durante mais de 40 anos havia estado vigente na Europa e havia estruturado a totalidade dos sistemas de radiodifusão europeus.

A intervenção em matéria de comunicação abre as expectativas para a redefinição de um grande projeto cultural europeu, que se concretiza depois de 1992, data em que se concedem as competências culturais à União. Do ponto de vista político, o projeto cultural comum para os quinze permite reforçar a coesão que induz à integração econômica, por meio da expressão da diversidade cultural que as diferentes culturas nacionais europeias expressam. Porém, até o momento, a europeização da cultura do velho continente se identificou mais pela sua oposição às ameaças de americanização das indústrias culturais europeias ou as denúncias de japonização tecnológica, que a consecução de uma específica identificação coletiva europeia. O estabelecimento de uma política cultural comum é uma meta maior ainda a alcançar no projeto federal europeu.

Além de um direcionamento comentado para o estabelecimento de uma norma comum no espaço europeu na televisão de alta definição e do direcionamento para a harmonização do mercado da televisão, a União Européia vem intervindo de maneira decisiva na definição de um Programa de ajuda para a promoção da indústria de obras para o cinema e televisão (Programa MEDIA), através de um amplo conjunto de iniciativas que podem comple-

mentar os objetivos definidos pelas políticas tecnológicas e econômicas já mencionadas.

O Programa MEDIA foi criado pela D.G.XII - que é o departamento encarregado dos temas mais específicos de comunicação e cultura -, em 1987, por proposta do Parlamento e da Comissão das Comunidades Europeias.

Em princípio funcionou experimentalmente, entre 1988 e 1989, e mais adiante, entre 1990 e 1995, com caráter plurianual. Esta primeira fase ficou conhecida com o nome de MEDIA 92 e a segunda como MEDIA 95. Atualmente, o Programa se encontra numa terceira fase, na qual estão se redefinindo os objetivos iniciais.

O programa foi criado para atender as necessidades de ajuda para o fomento do setor da produção, da distribuição e do financiamento dos programas de cinema e televisão na Europa. O objetivo do programa era a criação de amplas redes para a colaboração em projetos europeus, fomentados por um capital financeiro dividido a 50%, nos custos iniciais, que permitiram a atração de fontes financeiras complementárias.

Capitais provenientes de fundos públicos europeus, organizações profissionais, empresas privadas e "esponsors" contribuíram para criar, desta forma, um número importante de atuações europeias. Em fins de 1990, os fundos comprometidos no programa MEDIA ascendiam aos 11 milhões de ECUS e haviam gerado atividades no setor audiovisual num valor superior a 300 milhões de ECUS.

A Comissão estabeleceu três amplos objetivos para o programa MEDIA:

1. Unificar os mercados nacionais e criar sinergias transfronteiriças que permitam aos operadores reforçar sua posição graças às economias de escala.
2. Contribuir para a reestruturação da

indústria audiovisual, dando prioridade às pequenas e médias empresas e abarcando todos os do campo audiovisual, já que estes são independentes.

3. Respeitar as sensibilidades e identidades nacionais e evitar a uniformidade cultural, levando em conta os interesses dos Estados menores e os idiomas menos praticados.

O Programa MEDIA está baseado na estreita colaboração com os profissionais da indústria audiovisual (cinema, televisão, vídeo, satélites e cabo) e sua ação se situa ao largo de toda a fase de produção e da cadeia industrial gerada, sem intervir no financiamento direto de obras concretas. Por norma geral, as ajudas financeiras que concede são antecipações sobre a bilheteria, reembolsáveis posteriormente. Os valores devolvidos se integram outra vez ao fundo e são reinvestidos. Na sua fase mais avançada, o programa inclui quase vinte âmbitos de atuação e financiamento divididos em seis campos principais: a formação de profissionais, a melhoria das condições de produção, a distribuição, a exploração e financiamento e o desenvolvimento de segundos mercados (arquivos, reposições, etc.). Os fundos orçamentados para o período 1991-1995 foram de 200 milhões de ECUS. O programa MEDIA não vem sendo limitado aos 15 países membros que compõem a União Européia, mas se abriu aos países da Europa Central e Oriental. Mais de duas mil sociedades e organizações, principalmente pequenas e médias empresas participaram no período 1988-1995.

Entre as principais iniciativas impulsionadas pelo Programa MEDIA se encontram: a Oficina Européia de Distribuição de Filmes (EFDO), com base em Hamburgo; o Espaço de Vídeo Europeu (EVE), coordenado pela Miateca da Bélgica e pelo Instituto Irlandês do Filme; o Fundo Europeu para o desenvolvimento do multilingüismo Audiovisual (BABEL), estabelecido na Suíça. A Associação Européia para o Mercado Audiovisual Independente (EURO-AIM); o Clube de

Investimentos Media (MIC), uma colaboração do INA francês e as grandes empresas européias; a Associação Européia de Desenhos Animados (CARTOON); a Media Bussines School (MBS), estabelecida em Madri com a ajuda do Instituto Espanhol de Cinema e das Artes Audiovisuais, o programa SCRIPT, de ajuda à elaboração de roteiros, etc.

Depois da assinatura do tratado da União, a Comissão Européia tem orientado sua preocupação política de forma a harmonizar as situações monopolísticas de domínio existentes no setor dos meios europeus. O Informe sobre o Pluralismo e concentração dos meios no mercado interno (livro verde, de dezembro de 1992) constitui um rascunho de trabalho em curso muito controvertido, pois introduz a necessidade de criar em nível europeu uma instituição independente encarregada de harmonizar as políticas nacionais em favor do pluralismo dos meios, desfavorecido pela tendência internacional para a convergência e a concentração multimídia.

A última preocupação em política de comunicação na União Européia é constituída pela reflexão em volta da sociedade da informação e a liberalização do setor das telecomunicações, estruturado na Europa majoritariamente em monopólios públicos. O recente Informe Bangemann, sobre a Europa e a sociedade global da informação, apresentado em 1994, por um grupo de políticos e empresários europeus, insta a União Européia a estabelecer um regulamento que favoreça a aparição de novos setores dinamizadores da economia, em toda a Europa, como também do estabelecimento de um mercado competitivo para os serviços de informação, na linha da ortodoxia liberal internacionalizada.

As políticas do Conselho da Europa

O Conselho da Europa elaborou diversas medidas (paralelamente e em ocasiões confluentes com as intervenções da União em

matéria de políticas de comunicação), no campo do audiovisual e dos meios de comunicação por meio de um Comitê Diretor para os Meios de Comunicação de Massas (CDMM). O Conselho da Europa é um organismo geograficamente com um campo de ação mais amplo que a União, e que atinge mais ou menos trinta países europeus, mas tem um menor peso coercitivo na aplicação e seguimento das políticas de comunicação que desenvolve. O quadro regulamentar que elaborase transforma numa ação denominada convenção à qual os países membros aderem voluntariamente.

O fundamento da atividade política do Conselho da Europa se baseia em que esta instituição é depositária da Convenção europeia dos direitos do homem, cujo artigo dez trata da liberdade de expressão e da livre circulação de idéias, e da Convenção Cultural Europeia.

Depois da formulação, durante a primeira parte dos anos 80, de diversas recomendações sem poder executivo, o Conselho da Europa se dedicou, a partir da Conferência Ministerial Europeia sobre a Comunicação de Massas, realizada em Viena, em dezembro de 1986, à elaboração de uma Convenção europeia sobre a televisão transfronteiriça, de âmbito similar à promulgada pela União Europeia, e que foi adotado pelo Conselho de Ministros Europeus, em maio de 1989. Desde esta data, os diferentes estados membros do Conselho da Europa vêm retificando tal convenção através dos parlamentos nacionais.

A segunda iniciativa política significativa tomada pelo Conselho em matéria audiovisual foi a criação, em 1989, de um Fundo Europeu de Ajuda à Co-produção e à Difusão de Obras de Criação Cinematográficas e Audiovisual (EUROIMAGES), de acordo com o determinado pela Convenção Cultural Europeia, estabelecido em Estrasburgo. Igual ao Programa MEDIA, o objetivo de EUROIMAGES é fomentar a co-produção e distribuição de programas por meio de ajudas financeiras

parciais ou contribuindo com os custos de dublagem e subtitulação dos programas europeus.

De forma similar ao Programa MEDIA, EUROIMAGES abriu seus fundos aos países do Centro e Leste da Europa antes mesmo que façam parte da organização.

A elaboração paralela de políticas europeias de comunicação por parte da União Europeia e do Conselho da Europa gerou um duplo regime jurídico europeu. Por um lado, a União criou diversas diretivas protecionistas inspiradas até o momento por considerações fundamentalmente de tipo econômico e industrial (a livre circulação de serviços e a promoção das produções europeias e sua difusão majoritariamente através das cotas exigidas na programação das Cadeias de televisão, ao menos em 50%). Por outro, o Conselho da Europa criou convenções, inspiradas essencialmente por considerações de direito público e cultural (livre circulação de programas e promoção de obras culturais europeias). Em geral, as políticas de ambas instituições são convergentes em numerosas disposições e contribuem para a cristalização no espaço europeu de uma política audiovisual e coesa. Ambas instituições fomentam a política de cotas nas emissões de televisão - discutida pela associação de televisões privadas e o lobby publicitário europeu -, entre outros; a regulamentação dos conteúdos e do tempo publicitário (de 15 a 20% do tempo de emissão em televisão); o direito de resposta; a proteção da infância e da juventude; a limitação e interrupção publicitária de emissões, etc.

As iniciativas da União Europeia de Radiodifusão (UER) e da Organização Europeia de Satélites de Comunicação (EUTELSAT)

Junto às duas maiores instituições mencionadas na tomada das decisões políticas em comunicação na Europa, é necessário assinalar

o papel desenvolvido por outras duas organizações, a UER e a EUTELSAT, complementares das anteriores.

A UER foi fundada em 1950 e é o organismo internacional não-governamental que agrupa os serviços de radiodifusão da Europa, com o objetivo de coordenar suas atividades no plano técnico, jurídico e de programação, em colaboração com diversos países e associações de radiodifusão fora da Europa. Tem sede administrativa em Genebra e dispõe de um centro técnico em Bruxelas. Através de quatro comissões - a de programa de rádio, a de programa de televisão, a jurídica e a técnica -, vem desenvolvendo suas atividades por mais de quarenta anos no espaço geográfico europeu. A mais conhecida dentre elas consiste no intercâmbio diário de notícias da atualidade entre seus membros. O papel da UER na radiodifusão europeia tem sido muito importante. Até datas recentes detinha, com exclusividade, os direitos sobre todas as grandes retransmissões esportivas e os grandes acontecimentos políticos e culturais europeus.

Em 1987, no contexto das emergentes políticas da União Europeia e do Conselho da Europa, o Conselho de Administração da UER solicitou à Comissão de Programas de Televisão um estudo de viabilidade para o lançamento de uma cadeia europeia de informação contínua da atualidade. Este novo projeto é denominado Euronews e nasceu como uma amostra a mais da política europeia de meios.

Dois anos depois, em 1989, o Conselho de Administração aprovou o Informe elaborado pelo Grupo Euronews, como uma ação de grande importância e com um grande significado na constituição do espaço audiovisual europeu. Posteriormente esta iniciativa se integrará no horizonte de objetivos esquematizados pelo Programa Eureka Audiovisual. Finalmente, dois anos mais tarde, recebe o respaldo do Parlamento Europeu e começa a funcionar em janeiro de 1993, nos arredores de Lyon, na França.

O canal de informação continuada Euronews é talvez, mesmo falido, uma das melhores iniciativas europeias para fomentar uma autonomia audiovisual na atualidade informativa.

Está fundamentado nos recursos de informação explorados e que a televisão pública europeia dispõe. Somente uma mínima parte das notícias que se emitem nos diferentes espaços nacionais europeus consegue ser difundida no conjunto europeu (menos de 10% das notícias).

Como a UER gestiona todo o intercâmbio de notícias da Europa, é fácil e factível tecnologicamente desviar via satélite, todas as notícias que a televisão europeia dispõe, para um novo centro no qual se possa tratar de forma contínua, ou seja, vinte e quatro horas por dia, em diferentes formatos e blocos.

Pensado e esquematizado como um canal público de direito privado com vocação e responsabilidades de serviço público, Euronews foi financiado na sua primeira etapa por grandes empresas europeias de radiodifusão (France Television, Radio-Television Espanhola, a RAI italiana e, em menor medida, pelas radiotelevisões públicas de Mônaco, Bélgica, Grécia, Finlândia, Portugal e Suíça) e suas inversões iniciais foram de 25 milhões de ECUS.

Graças à nova tecnologia (arquivos automatizados, tratamento eletrônico da informação audiovisual, a pós-produção digital, a difusão multicanal de emissões, etc.), a informação se emite por via satélite, via hertziana e cabo a uma audiência de 10 milhões de lares, nos cinco grandes idiomas europeus e de forma sincrônica através de cinco diferentes bandas de som (alemão, inglês, francês, italiano e espanhol) e já se está estudando a possibilidade de transmissões em russo e árabe.

A experiência da Euronews define como nenhuma outra a nova realidade comunicativa

dos macro espaços e como a tecnologia permite uma articulação flexível e enriquecedora das dinâmicas informativas e culturais entre os novos espaços locais, nacionais, regionais e mundiais.

Euronews, nos seus três anos de funcionamento, realizou uma política informativa independente e difundiu notícias produzidas de forma descentralizada pelos canais públicos de toda a Europa Ocidental, contribuindo de forma muito efetiva para a criação de uma nova visão sobre as identidades informativas e culturais européias (com mais de 7.300 horas de emissões no seu primeiro ano e 7.300 notícias emitidas, dentre as quais 40% de temas europeus; 2.300 revistas; 43 retransmissões diretas, das quais 22 estavam dedicadas à política institucional européia). Como exemplo, em 1993, se trataram e difundiram na Europa 350 notícias com tema espanhol. Nunca, como por meio de Euronews, a visão do outro europeu esteve tão presente na sociedade européia.

Por último, é importante destacar outro ator menor da política européia. Está constituído pelo consórcio europeu EUTELSAT que integra as 26 administrações de Correios e Telecomunicações Européias, membros da Conferência Européia das Administrações de Correios e Telecomunicações (CEPT). Eutelsat elabora, de acordo com a Comissão Européia, o planejamento do espaço para os satélites de telecomunicação. No ano passado lançou o satélite Hot Bird, que será seguido este ano pelo Hot Bird II, para a difusão digital na Europa. O papel da Eutelsat vem sendo limitado pela emergência das empresas de satélites privados, como no caso do consórcio Astra, que vem liderando na Europa na emissão direta de sinais de televisão.

Considerações finais

As políticas públicas de comunicação na Europa apresentam uma contínua variação de problemáticas. Seguidamente vêm sendo

criticadas por abandonar os objetivos criativos e culturais frente à dinâmica do mercado e a uma estratégia errada que favorece a criação de grandes grupos multimídia de âmbito europeu, correndo o perigo de que se convertam em si mesmos, em poderes políticos reais que ameacem o pluralismo político e os próprios meios (como é o caso de Berlusconi, na Itália, e de Conde, na Espanha); e por criar quase tantos problemas quanto aparentemente solucionam (como no caso da liberalização audiovisual que favoreceu a tendência à compra de produtos norte-americanos e à comercialização do setor audiovisual europeu).

Por outro lado, se afirma que, para potencializar a frágil identidade da cultura européia se recorreu a uma simplificação do poder da cultura americana, o que por outra parte favoreceu a tomada de posições políticas protecionistas no espaço europeu.

Acima destas críticas reais, o que coloca de manifesto a reflexão sobre as políticas públicas na Europa tem sido a interconexão dos desafios econômicos, industriais e culturais deste setor no meio da comunidade, a compreensão desta realidade passou a ser considerada prioritária na agenda política da sociedade européia. Os interesses econômicos do setor audiovisual são muito importantes. Um informe de um comissário europeu, em 1994, afirmava que o superávit norte-americano no setor audiovisual ascendia aos 3.400 milhões de dólares e que a demanda européia, devido ao incremento de canais, se duplicará antes do final do século. Estima-se em dois milhões os postos de trabalho que venham a ser criados pelo setor em uma década.

Ainda considerando todas as observações críticas pertinentes, as ações européias no audiovisual vêm se orientando muito acertadamente à busca de uma ação concentrada no triplo campo da tecnologia do audiovisual, na regulamentação e na harmonização do setor e na dinamização e estímulo

do mercado da programação.

Sem dúvida, é difícil traduzir em iniciativas coerentes as posições políticas ambivalentes dos diferentes Estados que integram a União. As forças centrífugas libertadas pelo mercado resultam em ocasiões mais determinantes que os objetivos gerais que orientam a política de comunicação comunitária.

Durante a última década, muito seguidamente os acontecimentos vêm superando as expectativas e das diversas iniciativas comunitárias em comunicação estão surgindo os problemas da agenda política de amanhã: a potencialização da diversidade cultural europeia como valor em si mesmo, a manutenção do pluralismo empresarial e informativo como garantia de aprofundamento da democracia, o equilíbrio entre a qualidade da produção e a concorrência de mercado; a procura de instituições independentes supranacionais que arbitrem os novos problemas surgidos pelo desenvolvimento dos meios de comunicação no espaço europeu ou a transformação da sociedade europeia numa sociedade pós-industrial ou da informação ■

Referências

BARZANTI, R. "La culture, paramètre vital de la 'société européenne', in Coherence in diversity: the challenge for European television, European Institute for the Media, Manchester. 1990.

BURGESS, A. "European culture: does it exist?", in European Broadcasting Union Review. VOL. XLI, no. 2, 1990:17-21.

COLLINS, R. Broadcasting and Visual Policy in the European Market. John Libley. Londres. 1992.

KING, A. Culture, Globalization and the World-System. MacMillan. Londres. 1991.

MURCIANO, M. Estructura y dinámica de la comunicación internacional. Ed. Bosch. Barcelona. 1992.

MURCIANO, M. "Lo Global y lo local en las estructuras de

comunicación internacional" in Revista Telos n. 37.

WATERS, M. Globalization. Ed. Routledge. Londres. 1995.

Publicações da COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS:

Towards a European television policy. Bruxelas. 1984.
Television sin fronteras. Luxemburgo. 1984.

The media programme. Bruxelas. 1986.

La política de la comunidad europea para la industria audiovisual. Recopilación de textos legislativos y políticos. Luxemburgo. 1990.

La política audiovisual de la comunidad europea. Luxemburgo. 1992.

Opciones estratégicas para reforzar la industria de programas en el contexto de la Política Audiovisual de la Unión Europea. Luxemburgo. 1994.

Publicações do CONSELHO DA EUROPA:

European Convention on transfrontier television. Estrasburgo. 1989.

Council of Europe activities in the media field. Estrasburgo. 1991.

Publicação do OBSERVATÓRIO EUROPEU DEL AUDIOVISUAL:

Anuário estatístico. Consejo de Europa. Estrasburgo. 1995.